Pink Marketing

التسويق الوردي



هو احد المصطلحات الحديثة فى التسويق والتى تعتبر من العوامل الهامة التى اتجه الكثير من الشركات الاجنبية بل والعربية فى تطبيقه ويمكن ايجاز تعريف التسويق الوردى بكلمات قليلة هو كل الانشطة والجهود التسويقية المستهدفة للعملاء من النساء .. من منتج و سعر و توزيع و ترويجه بطريقة تناسب المراة .

وبشعور بعض الرجال بان النساء جزء اصيل من الجتمع وعليهم الاهتمام بكل ما يرغبونه فى السلع واساليب الترويج الخاصة بهم مثل تركيبة الالوان وتغيير شكل المنتج والاعلان عنه بطريقة تجذب المرأة له فى حدود العادات والتقاليد والعرف ولا يجب الخروج عنها نهائيا .

ولكل مجتمع له خصوصية على سبيل المثال التسويق الوردى فى المجتمعات الغربية مثل اوروبا وامريكا مختلف تماما عن التسويق الوردى فى المجتمعات العربية فكل منهما له ثقافته وعاداته وتقاليده لذا يجب على الشركات المتعددة الجنسيات مراعاه هذه العوامل الديموجرافية التى من المحتمل ان تطيح باى حمله تسويقية خارجه عن العرف والتقاليد ويكون مصيرها بالفشل .

نصف المجتمع وشريك اساسى فى تقدم الامم وقد تتفق سلوكيات المراة والرجل فى العديد من اوجه التشابه العاملة لمستهلكى السلع والخدمات غير انهما يختلفان فى الجوانب الاخرى اختلافا جوهرياً يستلزم على المسوق مراعاته لرغبات العملاء من النساء ومدى إمكانية الاعتماد على بنات جنسهن في التسويق للتعامل معهن مباشرة لتحقيق فعالية أكثر من التعامل مع الرجال وخاصة في بعض المجالات النسائية على سبيل المثال اختلاف الالوان فبعض النساء يفضلن



فازت العديد من المنظمات بالاستخدام المتميز لدور المرأة في نجاح النشاط التسويقي لتلك المنظمات ، كما أنه ليس بالضروري أن يكون التسويق النسائي من خلال مسوقات من النساء لأنه قد تقوم المنظمة بتسويق نسائي ناجح تراعي فيه متطلبات العملاء من النساء من خلال مسوقين من الرجال وهو الشق الرئيس الثاني للتسويق النسائي كما سبقت الإشارة لذلك بأكثر من موضع بهذا المقال. على المحاور التالية:

- **تميز المرأة في بعض المجالات التسويقية بنقاط قوة متعددة منها الصبر في التعامل مع العملاء ، التناسب الأفضل في التعامل مع العملاء من النساء ، انخفاض المتوسط العام للأجور ، وغير ذلك من المزايا الأخرى**

التسويق المستهدف للعملاء من النساء بما يتناسب مع أذواقهن وخصائصهن حتى ولو تم من خلال مسوقين من الرجال لأن النجاح في هذه الحالة يكون لإدراك قيمة التفرقة بين كل من المرأة والرجل على مستوى العملاء.



ناجح:

- التركيز على المغريات العاطفية أكثر من التركيز على المغريات المنطقية في الإعلانات وفي إقناع السيدات من قبل ممثلي المبيعات، فالمرآة عاطفية، لذلك من الأفضل أن تقنعها عن طريق التأثير على عواطفها. والتأثير في العواطف لا يعني الغش ولا إهمال الجوانب المنطقية في المنتج كالجودة والسعر، ولكن يعني التركيز بشكل أكبر على النواحي العاطفية.

- تقديم خدمات إضافية وخدمة زبائن ممتازة للسيدات إذ أن 65 في المئة من الإناث يتكون لديهن ولاء للعلامة التجارية بعد تعاملهن مع التجربة الإيجابية الأولى مع العلامة التجارية، وهذا ما يشير إلى أهمية تقديم خدمة زبائن

ومن الشركات التي اتبعت التسويق الوردي:

فيكتوريا سيكريت هي أكبر محلات التجزئة الامريكية_في الملابس الداخلية والعطور والمكياج وجميع مستلزمات المرأة



VICTORIA‘S SECRET



VICTORIA‘S SECRET



شركة **ماك** لمستحضرات التجميل تأسست عام 1984 هي احدى اكبر الشركات في العالم المهتمة في البشرة والتجميل والمظهر ككل والتي تركز على موارد التجميل والمكياج من اجل ان تظهر اجمل ما في المرأة





MAC

اعدادالطالبة:

فرح عاشور

